15. (a) Apply the Test marketing in new product development.

புதிய பொருள் வளர்ச்சியில் சோதனை சந்தையிடுகையினை பயன்படுத்து.

Or

(b) Analyze the importance of application of marketing research in advertisement.

விளம்பரத்தில் சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சியின் பயன்பாட்டின் முக்கியத்துவத்தை பகுப்பாய்வு செய்க.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Evaluate the career opportunities available in marketing research.
சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சியில் கிடைக்கும் தொழில் வாய்ப்புகளை மதிப்பீடு செய்க.

17. Compare the salient features of Descriptive research with that of Experimental research.
விளக்கமான ஆராய்ச்சியின் முக்கிய அம்சங்களை பரிசோதனை ஆராய்ச்சியுடன் ஒப்பிடுக.

18. Assess the various types of secondary data.
பல்வேறு வகையாள இரண்டாம் நிலை தரவுகளை குறிப்பிடுக.

19. Estimate the Techniques in sample size.
மாதிரியின் நுட்பங்களை விளக்குக.

20. Discuss the process in new product research.
புதிய தயாரிப்பு ஆராய்ச்சியில் செயல்முறை பற்றி எழுதுக.

———————

NOVEMBER/DECEMBER 2025

FEBA64A/CEBA64A — MARKETING RESEARCH

Time : Three hours Maximum : 75 marks

SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer ALL questions.

1. Define marketing research.
சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சியை வரையறு.

2. List the need for marketing research.
சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சிக்கான தேவைகளை பட்டியலிடுக.

3. Rephrase the meaning of research design.
ஆராய்ச்சி வடிவமைப்பின் அர்த்தத்தை மறு பதிப்பு செய்க.

4. Find the steps in report preparation.
அறிக்கை தயாரிப்பதற்கான படிகளை காண்க.

5. Relate the term Pretesing.
பரிசோதித்தல் விரித்துரை.

6. Find the meaning of panel research.
குழு ஆராய்ச்சியின் அர்த்தத்தைக் காண்க.

7. What do you understand by sampling error?
மாதிரி பிழையின் பொருள் என்ன?

8. Summarize the concept of sample size.
மாதிரி அளவின் கருத்தை கூறுக.

9. Recall product research.
தயாரிப்பு ஆராய்ச்சியை பற்றி நினைவு கூறுக.

10. When the commercialization will occur?
வணிகமயமாக்கல் எப்போது நிகழும் என்பதைக் கூறுக.

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer ALL questions.

11. (a) Identify the objectives of Marketing research.
சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சியின் நோக்கங்களை அடையாளம் காண்க.

Or

(b) List the various kinds of marketing research.
பல்வேறு வகையான சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சிகளை பட்டியலிடுக.

12. (a) Develop the features of Experimental research.
பரிசோதனை ஆராய்ச்சியின் அம்சங்களை எழுதுக.

Or

(b) Identify the necessities of research design to conduct a study.
ஒரு ஆய்வை நடத்த ஆராய்ச்சி வடிவமைப்பின் தேவைகளை குறிப்பிடுக.

13. (a) Discover the Advantages of Questionnaires.
கேள்வித்தாள்களின் நன்மைகளைக் கண்டறிந்து எழுதுக.

Or

(b) Conclude the concept of uncontrolled observation.
கட்டுப்பாடற்ற கவனிப்பின் கருத்தை கூறுக.

14. (a) Inspect the steps in sampling design.
மாதிரி வடிவமைப்பில் உள்ள படிகளை பற்றி எழுதுக.

Or

(b) Examine the sample frame in marketing research.
சந்தையிடுகை ஆராய்ச்சியில் மாதிரியை விவாதித்து கூறுக.

15. (a) Apply the Test marketing in new product development.

புதிய பொருள் வளர்ச்சியில் சோதனை சந்தையிடுகையினை பயன்படுத்து.

Or

(b) Analyze the importance of application of marketing research in advertisement.

விளம்பரத்தில் சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சியின் பயன்பாட்டின் முக்கியத்துவத்தை பகுப்பாய்வு செய்க.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Evaluate the career opportunities available in marketing research.
சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சியில் கிடைக்கும் தொழில் வாய்ப்புகளை மதிப்பீடு செய்க.

17. Compare the salient features of Descriptive research with that of Experimental research.
விளக்கமான ஆராய்ச்சியின் முக்கிய அம்சங்களை பரிசோதனை ஆராய்ச்சியுடன் ஒப்பிடுக.

18. Assess the various types of secondary data.
பல்வேறு வகையாள இரண்டாம் நிலை தரவுகளை குறிப்பிடுக.

19. Estimate the Techniques in sample size.
மாதிரியின் நுட்பங்களை விளக்குக.

20. Discuss the process in new product research.
புதிய தயாரிப்பு ஆராய்ச்சியில் செயல்முறை பற்றி எழுதுக.

NOVEMBER/DECEMBER 2025

FEBA64A/CEBA64A — MARKETING RESEARCH

Time : Three hours Maximum : 75 marks

SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer ALL questions.

1. Define marketing research.
சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சியை வரையறு.

2. List the need for marketing research.
சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சிக்கான தேவைகளை பட்டியலிடுக.

3. Rephrase the meaning of research design.
ஆராய்ச்சி வடிவமைப்பின் அர்த்தத்தை மறு பதிப்பு செய்க.

4. Find the steps in report preparation.
அறிக்கை தயாரிப்பதற்கான படிகளை காண்க.

5. Relate the term Pretesing.
பரிசோதித்தல் விரித்துரை.

6. Find the meaning of panel research.
குழு ஆராய்ச்சியின் அர்த்தத்தைக் காண்க.

7. What do you understand by sampling error?
மாதிரி பிழையின் பொருள் என்ன?

8. Summarize the concept of sample size.
மாதிரி அளவின் கருத்தை கூறுக.

9. Recall product research.
தயாரிப்பு ஆராய்ச்சியை பற்றி நினைவு கூறுக.

10. When the commercialization will occur?
வணிகமயமாக்கல் எப்போது நிகழும் என்பதைக் கூறுக.

SECTION B — ($5 \times 5 = 25$ marks)

Answer ALL questions.

11. (a) Identify the objectives of Marketing research.
சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சியின் நோக்கங்களை அடையாளம் காண்க.

Or

(b) List the various kinds of marketing research.
பல்வேறு வகையான சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சிகளை பட்டியலிடுக.

12. (a) Develop the features of Experimental research.
பரிசோதனை ஆராய்ச்சியின் அம்சங்களை எழுதுக.

Or

(b) Identify the necessities of research design to conduct a study.
ஒரு ஆய்வை நடத்த ஆராய்ச்சி வடிவமைப்பின் தேவைகளை குறிப்பிடுக.

13. (a) Discover the Advantages of Questionnaires.
கேள்வித்தாள்களின் நன்மைகளைக் கண்டறிந்து எழுதுக.

Or

(b) Conclude the concept of uncontrolled observation.
கட்டுப்பாடற்ற கவனிப்பின் கருத்தை கூறுக.

14. (a) Inspect the steps in sampling design.
மாதிரி வடிவமைப்பில் உள்ள படிகளை பற்றி எழுதுக.

Or

(b) Examine the sample frame in marketing research.
சந்தையிடுகை ஆராய்ச்சியில் மாதிரியை விவாதித்து கூறுக.